

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Pada bagian akhir dalam penelitian ini akan dijelaskan tentang beberapa kesimpulan yang diperoleh dan saran yang didapatkan pada penelitian yang telah dilakukan. Pada bagian kesimpulan akan dijelaskan tentang bagaimana penelitian ini menjawab masalah yang terjadi dan hasil penelitian yang telah dilakukan. Lalu pada bagian saran akan berisi tentang saran yang dirasa perlu dan berguna untuk penelitian.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan atas masalah yang terjadi pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa masalah yang terjadi adalah makanan tradisional yang mulai ditinggalkan atau kurang diminati anak muda karena kurangnya promosi dan *awareness*. Hal ini membuat makanan tradisional tidak relevan dan ketinggalan zaman.

Untuk menjawab masalah yang terjadi maka penulis memutuskan untuk merancang media utama yaitu video iklan untuk meningkatkan *brand awareness* dari nasi gandum pak Meled. Untuk memaksimalkan dan menunjang tujuan yang diinginkan penulis juga merancang media pendukung berupa *feed* Instagram, poster, *t-shirt*, *sticker*, *video teaser*. Media pendukung disini nantinya akan menunjang media utama video iklan nasi gandum pak Meled.

Kemudian untuk memaksimalkan hasil akhir promosi dari video iklan nasi gandum maka penulis melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi kepada subjek dan objek yang telah ditentukan. Setelah semua hasil data yang telah terkumpul lalu data dianalisis berdasarkan analisis SWOT. Hasil analisis tersebut dimanfaatkan untuk membuat *Unique Selling Point (USP)* dan *Positioning* video iklan nasi gandum. Kemudian dibuatlah perancangan video iklan komersial nasi gandum.

Karya dipersiapkan dengan konsep untuk memaksimalkan hasil video iklan nasi gandum. Semua persiapan terkait video iklan nasi gandum dari media utama hingga media pendukung dipersiapkan sebaik mungkin. Lalu didapatkan konsep karya iklan komersial nasi gandum pak Meled yang menampilkan cita rasa dan kenikmatan untuk menambah *awareness* serta meningkatkan ketertarikan anak muda akan makanan tradisional di daerah Pati, Jawa Tengah.

Tahap produksi dilakukan sesuai dengan persiapan dan konsep yang telah dipersiapkan. Dalam produksi ada beberapa hal yang diimprovisasi untuk memaksimalkan hasil video iklan nasi gandum. Lalu pembuatan media pendukung juga dilakukan sesuai konsep yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sehingga terciptalah video iklan komersial nasi gandum yang menampilkan citarasa dan kenikmatan untuk meningkatkan *awareness* serta ketertarikan anak muda akan makanan tradisional di daerah Pati, Jawa Tengah

## **6.2 Saran**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih dapat disempurnakan dan dikembangkan lagi. Seperti penyempurnaan dalam beberapa *scene* video iklan yang kurang maksimal dan penyempurnaan dalam penulisan. Kemudian penelitian ini masih dapat dikembangkan lagi dalam bidang lain seperti pembuatan *branding* nasi gandum, pembuatan ilustrasi dalam format komik atau buku anak yang dapat mengenalkan lebih jauh tentang nasi gandum, membuat animasi dan lain sebagainya. Maka dari itu penulis berharap peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk bisa menyempurnakan kekurangan atau mengembangkannya dalam bentuk lain dengan tujuan yang sama.